

21 PROPUESTAS EDITORIALES PARA QUE TUS VACACIONES SEAN MÁS PRODUCTIVAS

# Los libros son para el verano

Te enseñamos las últimas novedades editoriales en materia de liderazgo, desarrollo profesional, marketing y gestión para hacer más enriquecedor tu tiempo de ocio.

## YO VENDO Y ME VENDO... EL MARKETING AL PODER

### Destacar o morir

**50 claves para hacer de usted una marca.** Tom Peters. Deusto. Madrid, 2011

"O te distingues o te extingues", con estas palabras, el gurú Tom Peters refleja muy bien la esencia de este libro que acaba de reeditar Deusto: en este mundo global en el que nos toca vivir es necesario convertirse en una marca propia para poder destacar sobre el resto y de esta manera sobrevivir. A través de una completa guía, Peters ofrece al lector los pasos para forjar una marca personal: desde los aspectos más intangibles como el desarrollo de las habilidades necesarias hasta los más prácticos, como el diseño de la tarjeta de visita o de la página web.

### En el día y el momento justo

**Dayketing.** Luiggi Sarrias. Profit Editorial. Barcelona, 2011

En marketing se ha escrito mucho sobre creatividad, experiencias, marcas, sensaciones, emociones, pero ¿qué ocurre con el cuándo? La respuesta a esta pregunta tan sencilla puede marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso de una campaña. Gracias a las enseñanzas de este libro, el lector puede aprender a través de amenos casos prácticos la técnica conceptualizada por Sarrias, el *dayketing*, que permite identificar cuáles son las fechas claves, los días señalados, las temporadas más idóneas para realizar con éxito sus lanzamientos.

### Una nueva forma de vender

**Inteligencia Comercial.** Lluís Bassat. Plataforma Editorial. Barcelona, 2011

El veterano publicista, fundador y presidente de honor de la agencia Bassat Ogilvy España, ha vuelto a coger la pluma para explicar en este libro lo que él denomina "inteligencia comercial": una forma de hacer las cosas apoyada en valores tales como la honestidad, la creatividad, la lealtad, el entusiasmo o la empatía, entre otros, que genera confianza entre las empresas y que es determinante para transformar una idea empresarial en una idea ganadora. Todo ello explicado a través de ejemplos y testimonios.

## HACIA EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

### Inasequible al desaliento

**No te rindas.** Enrique Rojas. Temas de hoy. Madrid, 2011.

En los tiempos que corren, aprender a seguir avanzando a pesar de las adversidades, desarrollar la capacidad para vencer los obstáculos y aprender a gestionar y superar nuestros fracasos se convierten en habilidades claves. El prestigioso psiquiatra Enrique Rojas ha organizado el contenido en 12 grandes bloques que hacen de guía para que el lector pueda trabajar esas habilidades.

### Los demás también existen

**Escuchar con los ojos.** Ferrán Ramón Cortés. RBA. Barcelona, 2011.

Lejos del individualismo imperante, esta obra propone al lector dejar de preocuparse tanto por sus propias circunstancias para abrirse a los problemas de los que le rodean, desde la premisa de que sólo con el enriquecimiento del equipo se pueden alcanzar grandes metas. Una buena opción para todo aquel que aspire a liderar grupos de profesionales y conducirlos hasta objetivos que no sólo beneficien a la empresa sino a cada uno de los integrantes.

### El poder del optimismo

**El bus de la energía.** Jon Gordon. Empresa Activa. Madrid, 2011.

Del autor de *Prohibido quejarse*, llega ahora este libro en el que a través de un inesperado viaje en autobús se ofrecen al lector las 10 claves para llenar su vida de energía positiva y conseguir de esta manera todo lo que se proponga. Experto en motivación de equipos, Gordon hace en estas páginas un alegato a favor del optimismo como motor para lograr una mayor felicidad y estabilidad personal y profesional.

### Anti-autoayuda

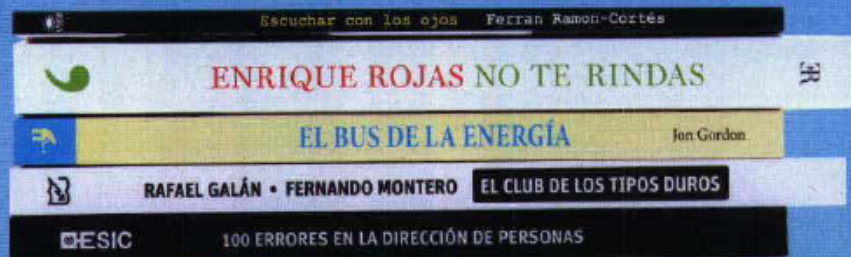
**El club de los tipos duros.** Fernando Montero y Rafael Galán. Gestión 2000. Barcelona, 2010.

Con su próxima traducción al japonés, vuelve a primera línea de actualidad *El club de los tipos duros*, una divertida sátira de los libros de autoayuda donde los autores recurren a los estereotipos menos amables del cine y la televisión para ejemplificar cuál es la mejor manera de sobrevivir en el mundo profesional a través de algunos de los diálogos y escenas de películas que no tienen desperdicio.

### Un centenar de soluciones

**100 errores en la dirección de personas.** José María Acosta. ESIC. Madrid, 2011.

Si bien es cierto que nadie nace sabiendo, en esto de la dirección de personas las carencias que arrastramos pueden dar al traste con el mejor equipo de profesionales o impedir que logremos los objetivos marcados. Acosta propone en estas páginas una especie de manual de la dirección, en el que se recogen todos los aspectos claves desde los más humanos, como la motivación, hasta los más técnicos.



### El cerebro es el que manda

**Neuromarketing.** Roberto Álvarez del Blanco. Prentice Hall. Madrid, 2011.

El formidable desarrollo que ha experimentado en las dos últimas décadas el estudio del cerebro le permite a este especialista en marca y marketing explicar los mecanismos que utiliza la mente para realizar sus elecciones, seleccionar y recordar sus preferencias y escoger alternativas. Estos avances aplicados a una disciplina como el marketing posibilita la puesta en práctica de técnicas "científicas" para desarrollar estrategias efectivas y triunfadoras. La obra de Roberto Álvarez ahonda en ese ámbito. ¿La conclusión? El cerebro es el que manda.

### Comunicación de 360°

**Comunicar.** Fernando Véliz Montero. Gedisa. Barcelona, 2011.

Todo en la vida es comunicación; nos comunicamos con nuestros movimientos, nuestros gestos, nuestros mensajes. En la vida real y en la profesional. En las organizaciones es especialmente importante tener en cuenta esta premisa para poder dotar de sentido al trabajo de los profesionales, estimular el talento del equipo, potenciar las nuevas formas de liderazgo y dar sentido a los procesos laborales. Y esto es igual de válido para todas las empresas, al margen de su tamaño.



## CREER Y ARRANCAR... PERO CON TECNOLOGÍA

### De la idea al hecho

**La empresa E-Myth.** Michael E. Gerber. Paidós. Barcelona, 2011.

Saber si tu idea es ganadora, si tienes las papeletas para llevarla a buen puerto, si podrás emprender con ciertas garantías, es ahora más fácil gracias al nuevo libro del autor de *El mito revisado*. Gerber propone una matriz donde entran en relación cuatro variables (empleados, clientes, proveedores e inversores) con cuatro categorías básicas (emocional, visual, funcional y económica). De la interacción entre ambas coordenadas se deducen los baremos para llevar adelante el proyecto.

### Los 140 caracteres más rentables

**Mundo Twitter.** José Luis Orihuela. Allenta Editorial. Madrid, 2011

¿Cómo se ha convertido una herramienta tecnológica que sólo permite mensajes de 140 caracteres en una de las armas de comunicación más poderosas a nivel planetario? Las recientes revoluciones del norte de África o el movimiento 15-M han tenido en Twitter su mejor instrumento de difusión y propaganda. Este libro se explica las claves para usar la red que cuenta ya con 200 millones de usuarios en todo el mundo para realizar acciones de marketing.

### Compartir para ganar

**La malla.** Lisa Gansky. Gestión 2000. Barcelona, 2011.

Como una inmensa red de interrelaciones e interacciones. Así concibe Lisa Gansky el mundo empresarial de hoy en día con la presencia de las nuevas tecnologías. Una red que denomina malla y que se basa en un concepto fundamental: compartir (información, contactos, relaciones, productos, servicios). Quien no tenga presente esta nueva forma de hacer empresa basado en las redes sociales, Internet y las TIC, en general está abocado a quedarse descolgado del tren del éxito.

### La innovación del mundo que viene

**Innovar para ganar.** Philip Kotler y Fernando Trias de Bes. Empresa Activa. Barcelona, 2011

Tras el éxito de *Marketing lateral*, Kotler y Trias de Bes se alían de nuevo para defender un nuevo modelo de gestión de la innovación que denominan Modelo A-F, en el que aúnan tecnología, innovación y marketing para desarrollar nuevas formas de innovar en todas las áreas de la empresa. A través de este modelo, el lector puede comprobar cómo trabajar mediante roles produce nuevas interacciones.

### Digital Sense

**Sentido social.** Javier Curtichs y otros. Profit Editorial. Barcelona, 2011.

Escrito por cuatro expertos en comunicación digital de Tinkle, *Sentido social* es un práctico manual para entender y aprovechar mejor la revolución que el mundo digital ha impuesto en los hábitos sociales. Las nuevas formas de relación y comunicación que ha impuesto Internet obliga a las empresas a modificar los mensajes que envían a sus clientes. Y es que, bien utilizadas, las TIC pueden convertirse en una herramienta imprescindible en el éxito de los negocios.

### Las cuentas, claras

**Finanzas para emprendedores.** Antonio Manzanera. Deusto. BCN, 2011.

Encontrar el capital necesario para poner en marcha un nuevo negocio requiere no sólo de un plan de negocio a prueba de balas, sino también de unos conocimientos básicos de finanzas que ayuden al emprendedor a llevar a cabo una planificación financiera lo más sensata posible –tú ya nos entiendes–, cerrar acuerdos de inversión en los mejores términos posibles –que, aunque parezca mentira, es posible–, y ofrecer seguridad y confianza a sus potenciales inversores.





## APRENDER DEL PASADO PARA CONSTRUIR EL FUTURO

### Los grandes en sus orígenes

**Historias de Forbes.** Daniel Gross. Profit Editorial. Barcelona, 2011.

Siempre resulta estimulante conocer cómo empezaron los más grandes para poder crear nuevos proyectos a partir de sus experiencias. Para muchos de ellos tampoco fue un camino de rosas, pero supieron adaptarse a las circunstancias, flexibilizar su oferta, modificar su modelo de negocio o captar las tendencias para resolver momentos críticos. Bill Gates, Walt Disney o Mary Kay Ash son algunos de los 15 protagonistas de las historias de este libro elaborado por el editor de la revista Newsweek en colaboración con los editores de la revista Forbes.

### Cambias o te cambian

**Reset & Reload.** Javier Rovira. ESIC. Madrid, 2011.

En los estertores de una de las peores crisis económicas que hayamos vivido, el subtítulo de este libro, "cambias o te cambian", resulta crucial. En un mundo en el que se han destruido mucho de los paradigmas empresariales vigentes hasta el momento, es necesario replantearse una transformación radical con diferentes modelos de relación y de economía que permitan al emprendedor avanzar con los nuevos tiempos.

### Por un mundo más justo

**Las empresas sociales.** Muhammad Yunus. Paidós. Barcelona, 2011.

Las empresas sociales son cada vez más una realidad que aúnan en un mismo concepto rentabilidad y utilidad social. Ser viables atendiendo a la necesidad no cubierta, no del mercado, sino de la sociedad puede ser, y de hecho lo es, una nueva forma de hacer negocio. En estas páginas, el llamado banquero de los pobres y Nobel de la Paz desmenuza los criterios que han de cumplir toda organización que quiera poner la creatividad y la innovación al servicio y al beneficio de la comunidad en la que se implanta.

### ¿Buenos negocios o negocios buenos?

**Good Business.** Oriol Renart. Plataforma Editorial. Barcelona, 2011.

El orden de los factores, en este caso, sí altera el producto. Según dónde coloquemos el adjetivo bueno, su significado puede inclinarse más hacia la rentabilidad o hacia la responsabilidad. En este caso, Renart aboga por la segunda acepción para llegar a la primera. A través de una entretenida historial, el autor nos explica por qué las empresas que son responsables, venden más y son más rentables. A lo largo de las páginas vamos viendo cómo el sentido de responsabilidad acaba impregnando todas las áreas de la empresa para extender sus tentáculos a cualquier rincón de la sociedad.

### En primera persona

**Cómo provoqué la crisis financiera.** Tetsuya Ishikawa. Temas de hoy. Madrid, 2011.

Basada en hechos reales, esta novela cuenta la historia de cómo un joven graduado en Oxford, sin ninguna experiencia, pero también sin ningún escrúpulo, acaba trabajando para un gran banco de inversiones y cerrando operaciones multimillonarias sin ningún tipo de control. Una amena e interesante radiografía del tipo de prácticas que condujeron a la quiebra al mundo entero contada en primera persona nada menos que por uno de sus protagonistas.

